

En deuda con el videoclip: un vistazo a las películas de Jonze, Gondry, Dayton y Faris

In debt to videoclip: a look at the films of Jonze, Gondry, Dayton and Faris

Janice Bryson¹, Isabel Péndola²,
Diego Sánchez³

CINE
SCRÚPULOS

Volumen 2
Número 1
Enero a junio
2014

11

Resumen

El videoclip es un cortometraje que se difunde por televisión o por internet con fines comerciales. Generalmente estos videos musicales contienen una gran variedad de efectos visuales que los hacen más dinámicos y atractivos, una mezcla de imagen, música y lenguaje verbal. Ello origina una nueva estética en función del tema musical que se representa. Sin embargo, no hay un patrón específico en su creación ya que existen tantos videos musicales como estilos. Prueba de ello son los videoclips dirigidos por Spike Jonze, Michel Gondry, Jonathan Dayton y Valerie Faris. Sin embargo, cuando estos autores dirigen largometrajes, ¿están en deuda con la estética del videoclip?

Abstract

Videoclip is a short film broadcasted on television for commercial purposes. Normally, these music videos contain a wide variety of visual effects that add more dynamic, a mixture of image, music and verbal language that creates a new aesthetic, depending the musical theme represented. However, there is no specific pattern in its creation. Videoclips directed by Spike Jonze, Michel Gondry, Jonathan Dayton and Valerie Faris are proof of this. However, when these authors direct feature films, are they indebted to the aesthetics of videoclip?

Palabras clave

Videoclip; estética; Spike Jonze; Michel Gondry; Jonathan Dayton; Valerie Faris; tradición filmica

Key words

Videoclip; aesthetic; Spike Jonze; Michel Gondry; Jonathan Dayton; Valerie Faris; film tradition

Citar como:

Bryson, J., Péndola, I.,
Sánchez, D. (2013). En
deuda con el videoclip: un
vistazo a las películas de
Jonze, Gondry, Dayton y
Faris. *CineScrúpulos*, 2(1),
11-16.

DOI: <https://doi.org/10.19083/cinescrupulos.v2i1.1377>



Recibido:

22 de noviembre de 2013

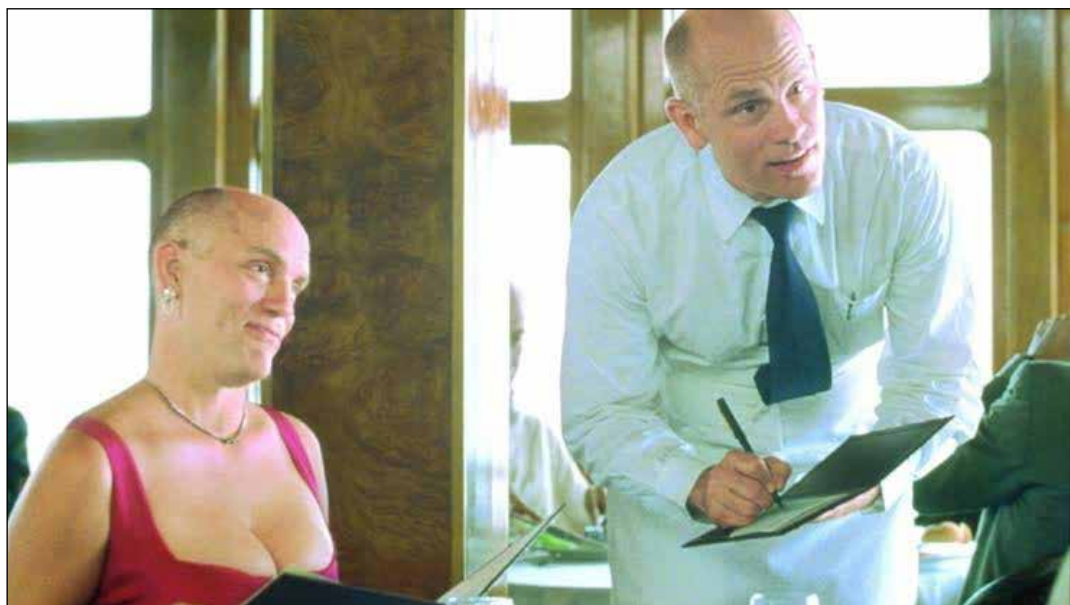
Aceptado:

13 de diciembre de 2013

Publicado:

10 de febrero de 2014

1. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Programa Académico de Comunicación Audiovisual y Medios Interactivos, e-mail: janice.brysonm@gmail.com
2. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Programa Académico de Comunicación Audiovisual y Medios Interactivos, e-mail: mariapendola29@gmail.com
3. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Programa Académico de Comunicación Audiovisual y Medios Interactivos, e-mail: maxdiego19@hotmail.com



¿Quieres ser John Malkovich? (*Being John Malkovich*. Spike Jonze, 1999)

En el videoclip hay una herencia manifiesta del manierismo, un movimiento que entra en contradicción con el renacimiento: rompe con la idea de la naturalidad y de lo cotidiano. En lugar de ello, busca la complejidad y la saturación de elementos, el detalle, el gesto y los contrastes entre luz y sombra para crear efectos dramáticos. En la pintura se solían deformar los colores para que parecieran irreales, tal como sucede en nuestros días con el videoclip: las imágenes se viran en negativo, se solarizan o se saturan hacia el magenta, el cian o el amarillo, adquieren tonos sepia, azulados, se saturan los granos de la imagen y se añaden demás artificios con el fin de establecer diferencias con la realidad que se proyecta en los cines. Esta ruptura es un pretexto para componer imágenes complejas visualmente que son montadas sin lógica lineal alguna, de tal modo que se inventan escenarios más propios de lo irreal y de lo fantástico.

RUPTURAS TEMÁTICAS

El videoclip moderno se origina como una ruptura audiovisual, al igual que el manierismo. Se aleja por completo de los videos promocionales de las décadas de 1960 y 1970 y de los musicales de los años 1940 y 1950. Los primeros videos promocionales mostraban a los artistas cantando en simples escenarios o actuando en un concierto. Cuando esto sucedía, el video promocional era un extracto de dicho recital; es decir, una canción. Ya en la década de 1980, el videoclip establece una separación con el video promocional que nace de las revistas musicales televisivas o del

El videoclip moderno se origina como una ruptura audiovisual, al igual que el manierismo. Se aleja por completo de los videos promocionales de las décadas de 1960 y 1970 y de los musicales de los años 1940 y 1950.



Eternal sunshine of the spotless mind (Michel Gondry, 2004)

cine tipo Broadway. Así como el comic superó a la ilustración y el cine hizo lo mismo con el teatro, el videoclip nace como lenguaje cuando supera su pasado cinematográfico y deja de promocionar discos para promocionarse a sí mismo, cuando el mercado musical popular ya no se conforma con ser únicamente auditivo y se expande a las representaciones audiovisuales debido a la necesidad de representar una canción no sólo con fines comerciales ni para mostrar únicamente la imagen de los músicos, sino para crear un nuevo lenguaje audiovisual mediante una nueva forma de representar las interpretaciones musicales.

Dentro de este contexto podría plantearse que las películas de Spike Jonze, Michel Gondry y la dupla conformada por Jonathan Dayton y Valerie Faris tienen influencia del videoclip, menos en el plano estético y mucho más en lo temático. Los videos musicales conciben la idea de la irrealidad, la fantasía y el surrealismo y ello se refleja en las películas de los directores mencionados anteriormente.

VANGUARDIA EN FRANCÉS

Michel Gondry, director francés de 50 años, empezó su carrera con la dirección de videos musicales para la banda de rock francesa Oui Oui. El estilo de sus obras llamó la atención de la cantante Björk, quien le pidió dirigir el video de su canción *Human behavior*. Esta colaboración se extendió por un tiempo y el francés dirigió

Así como el
comic superó a
la ilustración y el
cine hizo lo mismo
con el teatro, el
videoclip nace como
lenguaje cuando
supera su pasado
cinematográfico y
deja de promocionar
discos para
promocionarse a sí
mismo.

Michel Gondry utiliza técnicas de montaje de escenarios, uso de perspectiva y escasos efectos por computadora, lo que se suma a las tomas largas y a un tratamiento pictórico de la imagen, herramientas con las que ha experimentado en sus vídeos musicales.

• un total de siete videos musicales para la artista. Otros que han colaborado en más de una ocasión con él son The White Stripes, Radiohead, The Chemical Brothers y Kylie Minogue.

• Muchos consideran a Gondry como pionero de la técnica conocida como *bullet time* o “efecto bala”, que se utilizó posteriormente en “The Matrix” (Wachowski y Wachowski, 1999). En 1995 realizó junto con la compañía de efectos especiales BUF Compagnie el videoclip *Like a rolling stone*, de The Rolling Stones. Dos años más tarde utilizó el *bullet time* para un anuncio de la marca Smirnoff.

• Gondry utiliza también muchas de las técnicas de montaje de escenarios, uso de perspectiva y escasos efectos por computadora, lo que se suma a las tomas largas y a un tratamiento pictórico de la imagen, herramientas con las que ha experimentado en sus vídeos musicales. Muchas de estas características se pueden ver también en sus dos películas más reconocidas: “Eternal Sunshine of the Spotless Mind” (Gondry, 2004) y “La Science des Rêves” (Gondry, 2006).

QUIERES SER EXTREMO

• Spike Jonze, de 44 años de edad, ha sido director de videoclips para R.E.M, Notorious B.I.G. y Fatboy Slim. Es también productor y director de películas norteamericanas y, al igual que Gondry, es conocido por su trabajo con la artista Björk. Gracias a “Being John Malkovich” (Jonze, 1999) fue nominado a un Oscar a mejor dirección. En esta película la situación surrealista se plantea a partir de la siguiente premisa: las personas pueden ingresar a la cabeza de John Malkovich. Ello constituye una historia completamente irreal, lo que también se aprecia en sus videoclips.

• Por otra parte, Jonathan Dayton y Valerie Faris son una pareja de directores norteamericanos que se conocieron en la Escuela de Teatro, Cine y Televisión de la UCLA. Han dirigido videos musicales para Oasis, The Rolling Stones, Ramones y Red Hot Chili Peppers. Son ganadores de seis MTV Video Music Awards y son muy conocidos por su debut cinematográfico: “Little Miss Sunshine” (Dayton y Faris, 2006), ganadora de dos premios Oscar.

• En este debut se aprecian situaciones extremas desde la misma conformación familiar: un tío suicida que es homosexual, un abuelo drogadicto, un padre obsesionado con un trabajo sin futuro, un hijo mayor con una filiación extrema por ser piloto de pruebas, una hija menor con afán de formar parte de un concurso de belleza y una madre aparentemente normal que debe soportar cada una de estas personalidades. Las situaciones y percances por las que pasan no forman parte de la cotidianeidad. Esta influencia es propiciada por las temáticas de los videoclips que han dirigido. Se aprecia, por ejemplo, en el video de *By the way*, de The Red Hot



Little Miss Sunshine (Jonathan Dayton y Valerie Faris, 2006)

Chili Peppers, en el que un taxista ensimismado secuestra a los pasajeros que recoge sin razón alguna. Ello sucede también con la segunda película dirigida por la pareja: “Ruby Sparks” (Dayton y Faris, 2012), en la que un escritor concibe la idea de una mujer perfecta y esa idea se materializa literalmente. Son acontecimientos que están sumergidos en la fantasía pura.

CONCLUSIÓN

El videoclip compila diversas expresiones artísticas humanas que se remontan desde los años 1940 hasta la actualidad. Considerando que se trata de un nuevo lenguaje audiovisual que agrupa diversos estilos que difícilmente pueden ser catalogados, la mayor influencia que ejercen los videoclips en los directores referenciados tiene que ver más con la temática fantástica, irreal y hasta surrealista. ■

Considerando que se trata de un nuevo lenguaje audiovisual que agrupa diversos estilos que difícilmente pueden ser catalogados, la mayor influencia que ejercen los videoclips en los directores referenciados tiene que ver más con la temática fantástica, irreal y hasta surrealista.

Referencias

Como si se tratara de una buena escuela, el videoclip ha permitido que muchos autores consoliden su lenguaje audiovisual antes de dar el gran paso hacia el largometraje.



Golin, S., Landay, V., Stern, S., Stipe, M. (Productores) y Jonze, S. (Director). (1999). *Being John Malkovich* [Película]. Estados Unidos: Astralwerks, Gramercy Pictures, Propaganda Films y Single Cell Pictures.



Demme, J., Landay, V., Saxon, E. (Productores) y Jonze, S. (Director). (2002). *Adaptation* [Película]. Estados Unidos: Beverly Detroit, Clinica Estetico, Good Machine, Intermedia, Magnet Productions y Propaganda Films.



Bergman, A., Golin, S. (Productores) y Gondry, M. (Director). (2004). *Eternal Sunshine of the Spotless Mind* [Película]. Estados Unidos: Anonymous Content.



Bermann, G., Junqua, F. (Productores) y Gondry, M. (Productores y Director). (2006). *La Science des Rêves* [Película]. Francia e Italia: Partizan Films y Mikado Films.



Berger, A., Friendly, D., Saraf, P., Turtletaub, M., Yerxa, R. (Productores) y Dayton, J., Faris, V. (Directores). (2006). *Little Miss Sunshine* [Película]. Estados Unidos: Bona Fide Productions, Deep River Productions, Third Gear Productions y Major Studio Partners.



Berger, A., Yerxa, R. (Productores) y Dayton, J., Faris, V. (Directores). (2012). *Ruby Sparks* [Película]. Estados Unidos: Bona Fide Productions y DragonCove Studios.

En deuda con el videoclip: un vistazo a las películas de Jonze, Gondry, Dayton y Faris

In debt to videoclip: a look at the films of Jonze, Gondry, Dayton and Faris

Referencia del artículo en APA:
Bryson, J., Péndola, I., Sánchez, D. (2013). En deuda con el videoclip: un vistazo a las películas de Jonze, Gondry, Dayton y Faris. *CineScrúpulos*, 2(1), 11-16.

Article reference in APA:
Bryson, J., Péndola, I., Sánchez, D. (2013). In debt to videoclip: a look at the films of Jonze, Gondry, Dayton and Faris. *CineScrúpulos*, 2(1), 11-16.

CineScrúpulos / Revista digital de diálogo cinematográfico/ ISSN: 2709-0493

© Los autores. Este artículo es publicado por la revista **CineScrúpulos** del Programa Académico de Comunicación Audiovisual y Medios Interactivos de la Facultad de Comunicaciones, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Este es un artículo de acceso abierto, distribuido bajo los términos de la Licencia Creative Commons Atribución-CompartirIgual 4.0 Internacional (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>), que permite el uso no comercial, distribución y reproducción en cualquier medio, siempre que la obra original sea debidamente citada.